

Mouvement

TOULET : LE BILLARD NORDISTE ÉLARGIT SON TERRAIN DE JEU

L'entreprise, dont les résultats enregistrent une croissance de 20% l'an, vient d'inaugurer une nouvelle filiale dédiée au babyfoot et de nouveaux bureaux parisiens.

Avant une implantation hors de France.



Le fabricant de billards premium de Bondues devrait terminer 2014 à 3M€ de C.A et ambitionne d'atteindre les 8M€ d'activité ces cinq prochaines années. Cet objectif ambitieux passe par une diversification de son offre. Cet été, il a inauguré une filiale, exclusivement dédiée au babyfoot, cofondée avec le footballeur **Mathieu Debuchy**, qui en détient la moitié du capital. Un déclic pour le groupe, en recherche de nouveaux relais de croissance dans le monde du jeu, avec la perspective d'évoluer hors de ses frontières nordistes. La société a ouvert, en septembre, des bureaux sur les Champs-Élysées pour capter sa clientèle étrangère, « *qui va assez peu hors de Paris* » observe **Marc-Alain Deledalle**, qui a racheté l'entreprise Toulet, en 2008, en repositionnant son offre sur le luxe, avec des billards qui s'écoulent jusqu'à 15 000€ l'unité. Pari gagné : la société enregistre, désormais, un Chiffre d'Affaires en croissance de 20% par an. « *Nous enregistrons une vraie demande sur le billard moderne, sur mesure* » confirme le dirigeant de l'entreprise qui y réalise, désormais, 85% de ses ventes en suscitant l'engouement des clients étrangers aux Etats-Unis, à Dubaï, au Bahreïn, en Russie. Et, récemment, en Asie où la société se pose sérieusement la question d'une implantation à court terme. « *Là-bas, nous enregistrons une vente tous les quinze jours ! Aujourd'hui, nous ne travaillons que par Internet et c'est frustrant. Nous n'avons qu'une envie, être présents physiquement* ».

BABYFOOT ET PARTENARIATS

Après le billard, Toulet a jeté son dévolu sur le babyfoot. La confirmation d'un axe stratégique que la société avait timidement pris, avant que le joueur lillois, qui évolue depuis cette saison à Arsenal, ne vienne leur souffler l'idée. Le duo d'entrepreneurs souhaite proposer, à terme, une dizaine de modèles et table sur un C.A de 3M€ à horizon 2018. « *Nous voulons faire strictement la même chose que ce que nous avons fait avec le billard : métamorphoser l'image et le design du babyfoot, travailler dans le monde entier* » avant d'aller plus loin. Selon nos informations, des annonces devraient intervenir en février prochain pour officialiser des collaborations avec des clubs de football d'envergure. « *Nous n'en sommes qu'aux prémices du marché* » se réjouit le chef d'entreprise. Un savoir-faire nordiste qui roule...

J. Blanchet